

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu Converse Surabaya. Dimana populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa atau mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) yang membeli/menggunakan sepatu Converse.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. dalam menentukan sampel teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan yaitu bersumber dari data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian uji asumsi klasik yang dilakukan melalui normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan tidak melanggar syarat yang telah ditentukan. Sedangkan hasil uji kelayakan model yang dilakukan dengan uji F dan koefisien determinasi, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan. Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel citra merek, kualitas produk, dan variabel harga, menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini mengidentifikasi bahwa keputusan pembelian makin meningkat bila terdapat peningkatan pada citra merek, kualitas produk, dan harga.

**Kata kunci :** citra merek, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian

## ABSTRACT

This research aimed to find out and analyze the effect of brand image, product quality and price on buying decision of Converse shoes Surabaya. While, the population was student of STIESIA (School of Economics of Indonesia) Surabaya who bought Converse shoes. The research was quantitative.

Moreover, the data collection technique used non-probability sampling. Meanwhile, the sampling technique used accidental sampling. In line with, there were 100 respondents of students which taken as sample. Futhermore, the data were primary with questionnaires as its instruments. Additionally, the data analysis technique used multiple liniear regression. The research result of classical assumption test which through normality, multicollinearity and heteroscedacity test; showed all variables were not break the requirement given.

In addition, the result of proper model test which used F-test, determination coefficient and regression model showed it was properly used. Then, according to hypothesis test result, it concluded brand image, product quality and price had positive and significant effect on buying decision of Converse shoes, Surabaya in other words, this result identified the higher the brand image, the product quality and the price, the higher the buying decision would be.

**Keywords:**brand image, product quality, price, buying decision

